

PERSEPSI ALUMNI TERHADAP *BRAND* *IMAGE*

(Survei pada Alumni Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**RIZA KHOIRUM
NIM. 135030201111114**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PEMASARAN
MALANG
2017**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin

Tanggal : 4 Desember 2017

Jam : 11.00 – 12.30

Skripsi atas nama : Riza Khoirum

Judul : Persepsi Alumni terhadap *Brand Image* (Survei pada Alumni Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)

dan dinyatakan LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,



Wilopo, Dr. MAB
NIP. 19660430 199303 1 002

Anggota,



Inggang Purwangsa Nuralam, SE, MBA
NIP. 20140584 04111001

Anggota,



Rizal Alfisyahr, SE, MM
NIP. 20130480703 1 001



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

Jl. MT. Haryono 163, Malang 65145, Indonesia
Telp. : +62-341-553737, 568914, 558226 Fax : +62-341-558227
http://fia.ub.ac.id E-mail: fia@ub.ac.id

PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI

Dengan ini menyatakan menjadi **penguji** mahasiswa yang tertera sebagai berikut :

Nama : Riza Khoirum

NIM : 135030201111114

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Persepsi Alumni terhadap *Brand Image* (Survei pada Alumni Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)

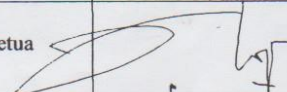
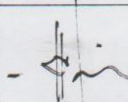
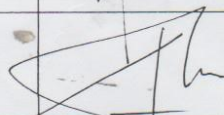
Akan Melaksanakan Ujian Skripsi Pada:

Hari : Senin

Tanggal : 04 Desember 2017

Pukul : 11.00 – 12.30

Tempat : Ruang Ujian Lantai 6 Gedung B FIA UB

No.	Nama Komisi Penguji	Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Wilopo, MAB	Ketua		29/11/2017
2.	Brillyanes Sanawiri, SAB, MBA	Anggota		29/11/2017
3.	Rizal Alfisyahr, SE, MM	Anggota		29/11/2017

Formulir dibuat rangkap 2 untuk :

1. Mahasiswa
2. Jurusan/Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70.

Malang, 25 Oktober 2017

Mahasiswa



Riza Khoirum

NIM. 135030201111114



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

Jl. MT. Haryono 163, Malang 65145, Indonesia
Telp. : +62-341-553737, 568914, 558226 Fax : +62-341-558227
<http://fia.ub.ac.id> E-mail: fia@ub.ac.id

CURRICULUM VITAE PENULIS



1. Nama (Dan Gelar) : Riza Khoirum, S.AB
2. Tempat Dan Tanggal Lahir : Banyuwangi, 30 Januari 1995
3. Nomor Induk Mahasiswa (Nim) : 135030201111114
4. No. Telp (Fixed Phone) : -
No. Hand Phone : 082301633085
5. Alamat Asal : Ds. Grajagan Dsn. Sumberjari 01/01 Purwoharjo,
Banyuwangi
6. No. Ktp : 3510037001950003
No. Telp (Fixed Phone) : -
No. Hand Phone : 082301633085
7. Alamat e_Mail : rizakhoirum@gmail.com
8. Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis
9. Program Studi : Administrasi Bisnis
10. Minat/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
11. Judul Tulisan/ Jurnal : Persepsi Alumni Terhadap *Brand Image* (Studi pada
Alumni Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)
12. Tahun Jurnal : 2018
13. Co. Author : Dr. Wilopo, MAB

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Persepsi Alumni terhadap *Brand Image* (Survei pada alumni Fakultas Ilmu Administrasi)”. Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir kolektif yang menjadi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini ucapan terimakasih Saya sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas brawijaya;
2. Bapak Dr. Mochammad Al Musadieq, MBA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis;
3. Bapak Dr. Drs. Wilopo, MAB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis;
4. Bapak Dr. Drs. Wilopo, MAB selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberi semangat dan dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai;
5. Seluruh Dosen pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama ini;
6. Pimpinan, Staf, dan Karyawan pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi hingga selesai;
7. Kedua orang tua tercinta (Bapak dan Ibu yang tidak pernah lelah untuk memberikan bantuan baik moral maupun finansial serta selalu mendoakan yang terbaik demi kelancaran dan kemudahan segala urusan penulis), adik laki-laki tercinta yang selalu mendukung secara moral sehingga penulis mampu sampai pada titik ini, serta seluruh keluarga tersayang yang telah

tulus memberikan semangat, dorongan, dan doa yang sangat bermanfaat bagi penulis;

8. Pihak Fakultas Ilmu Administrasi yang telah memberikan ijin dan bantuan selama penulis melakukan penelitian;
9. Seluruh mahasiswa bimbingan Bapak Dr. Drs. Wilopo, MAB;
10. Teman-teman (Yusrin, Ervingka, Wiwit, Ani, Desy, Anggun, Ainur) yang telah memberikan bantuan, semangat, dan doa yang bermanfaat bagi penulis serta selalu menghibur, dan mendengarkan curhatan penulis.
11. Sahabat Rinda Hilda dan Titin Zunia yang selalu memotivasi dan memberikan semangat;
12. Seluruh pihak yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas bantuan yang diberikan kepada penulis. Tanpa menutup diri dari kesalahan dan ketidak telitian, penulis mengakui masih banyak kesalahan serta kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu Saya selaku penulis mengharapkan kritik serta saran untuk proses belajar menjadi lebih baik. Semoga karya ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, November 2017

Penulis

RINGKASAN

Riza Khoirum, 2017. **Persepsi Alumni Terhadap *Brand Image* (Survei pada alumni Fakultas Ilmu Administrasi)**, Dr. Drs. Wilopo, M.AB. 131 hal + xiii.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh secara parsial persepsi fasilitas, harga dan kualitas terhadap *brand image*. (2) pengaruh secara bersama-sama persepsi fasilitas, harga dan kualitas terhadap *brand image*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 orang responden yang merupakan alumni Fakultas Ilmu Administrasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Analisis data yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh signifikan secara parsial persepsi fasilitas (X_1) terhadap *brand image* (Y) dengan t hitung sebesar 3,056 dan t tabel 1,988 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Persepsi harga (X_2) terhadap *brand image* (Y) dengan t hitung sebesar 2,283 dan t tabel 1,988 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Persepsi kualitas (X_3) terhadap *brand image* (Y) dengan t hitung sebesar 2,582 dan t tabel 1,988 ($t_{hitung} > t_{tabel}$). (2) Terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama persepsi fasilitas (X_1), harga (X_2) dan kualitas (X_3) terhadap *brand image* (Y) dengan F hitung sebesar 35,964 dan F tabel 3,103 ($F_{hitung} > F_{tabel}$), angka probabilitas signifikansi F sebesar 0,000 lebih kecil dari α yaitu 0,05 (probabilitas signifikansi $< 0,05$).

Disarankan agar pihak Fakultas Ilmu Administrasi memanfaatkan persepsi fasilitas untuk memperbaiki sarana dan prasarana yang ada. Kemudian persepsi harga bermanfaat untuk memperbaiki sistem penetapan uang kuliah tunggal dan persepsi kualitas berguna untuk memperbaiki pelayanan yang diberikan Fakultas Ilmu Administrasi kepada mahasiswa maupun alumni.

Kata Kunci: Fasilitas, Harga, Kualitas, *Brand Image*.

SUMMARY

Riza Khoirum, 2017. **Alumni Perception on Brand Image (Survey on alumni of Faculty of Administration)**, Dr. Drs. Wilopo, M.AB. 131 page + xiii.

This study is to determine: (1) partial influence perceptions of facilities, price and quality of brand image. (2) mutual influence of perception of facilities, price and quality on brand image.

Type of research is explanatory research. The sample used in this research were 90 respondents who are alumni of Faculty of Administration Science. The sampling technique used purposive sampling technique. Methods of data collecting by questionnaire. Data analysis using descriptive analysis and multiple linear regression.

The results showed that: (1) There is significant influence partially perception of facility (X1) to brand image (Y) with t count equal to 3,056 and t table 1,988 (t count > t table). Price perceptions (X2) on brand image (Y) with t arithmetic of 2.283 and t table 1.988 (t count > t table). The perception of quality (X3) on brand image (Y) with t arithmetic is 2,582 and t table 1,988 (t count > t table). (2) There is significant influence simultaneously perception of facility (X1), price (X2) and quality (X3) to brand image (Y) with F count equal to 35,964 and F table 3,103 (F count > F table), probability number significance F of 0.000 is smaller than α is 0.05 (probability significance < 0.05).

It is recommended that the Faculty of Administration utilize the perception of facilities to improve existing facilities and infrastructure. Then the price perception is useful to improve the system of determination of monetary money and the perception of quality is useful to improve the services provided by the Faculty of Administrative Sciences to students and alumni.

Keywords: Facilities, Price, Quality, *Brand Image*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Persepsi Alumni terhadap *Brand Image* (Survei pada alumni Fakultas Ilmu Administrasi)”. Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir kolektif yang menjadi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, dorongan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini ucapan terimakasih Saya sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas brawijaya;
2. Bapak Dr. Mochammad Al Musadieq, MBA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis;
3. Bapak Dr. Drs. Wilopo, MAB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis;
4. Bapak Dr. Drs. Wilopo, MAB selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberi semangat dan dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai;
5. Seluruh Dosen pengajar Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama ini;
6. Pimpinan, Staf, dan Karyawan pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi hingga selesai;
7. Kedua orang tua tercinta (Bapak dan Ibu yang tidak pernah lelah untuk memberikan bantuan baik moral maupun finansial serta selalu mendoakan yang terbaik demi kelancaran dan kemudahan segala urusan penulis), adik laki-laki tercinta yang selalu mendukung secara moral sehingga penulis mampu sampai pada titik ini, serta seluruh keluarga tersayang yang telah

tulus memberikan semangat, dorongan, dan doa yang sangat bermanfaat bagi penulis;

8. Pihak Fakultas Ilmu Administrasi yang telah memberikan ijin dan bantuan selama penulis melakukan penelitian;
9. Seluruh mahasiswa bimbingan Bapak Dr. Drs. Wilopo, MAB;
10. Teman-teman (Yusrin, Ervingka, Wiwit, Ani, Desy, Anggun, Ainur) yang telah memberikan bantuan, semangat, dan doa yang bermanfaat bagi penulis serta selalu menghibur, dan mendengarkan curhatan penulis.
11. Sahabat Rinda Hilda dan Titin Zunia yang selalu memotivasi dan memberikan semangat;
12. Seluruh pihak yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas bantuan yang diberikan kepada penulis. Tanpa menutup diri dari kesalahan dan ketidak telitian, penulis mengakui masih banyak kesalahan serta kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu Saya selaku penulis mengharapkan kritik serta saran untuk proses belajar menjadi lebih baik. Semoga karya ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, November 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
MOTTO	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
RINGKASAN	iv
SUMMARY	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kontribusi Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris	10
1. Nisrul Irawati dan Rina Primada (2008)	11
2. Hasbi (2016).....	12
3. Nur Oktalia Dwine Arwanda et al., (2014).....	12
4. Faizan Ali et al., (2016)	13
5. Chung-Kai li et el., (2009)	13
B. Tinjauan Teoritis	16
1. Persepsi	16
a. Definisi Persepsi.....	16
b. Proses Persepsi	17
2. Persepsi Fasilitas	19
a. Pengertian fasilitas	19
b. Unsur-unsur Fasilitas	20
3. Persepsi Harga	21
a. Pengertian Harga	21
b. Penetapan Harga	22
4. persepsi kualitas	22
a. Pengertian kualitas	22
b. Dimensi Kualitas.....	23

5. <i>Brand Image</i>	24
a. Pengertian <i>Brand Image</i>	24
b. Komponen Pembentuk <i>Brand Image</i>	25
c. Manfaat <i>Brand Image</i>	26
C. Hubungan Antar Variabel	27
D. Model Konseptual	30
E. Model Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian	32
C. Definisi Operasional, Variabel dan Skala Pengukuran	33
1. Definisi Operasional.....	33
2. Variabel	33
3. Skala Pengukuran.....	39
D. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi Penelitian.....	39
2. Sampel Penelitian.....	40
3. Teknik Sampling	40
E. Teknik Pengumpulan Data	41
1. Sumber Data.....	41
2. Metode Pengumpulan Data	42
F. Teknik Pengujian Instrumen.....	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	43
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
G. Teknik Analisis Data.....	46
1. Analisis Deskriptif	46
2. Analisis Statistik Inferensial	46
a. Uji Asumsi Klasik	46
b. Regresi Berganda	48
H. Pengujian Hipotesis.....	50
1. Uji Parsial (Uji t).....	50
2. Uji Serempak (Uji F).....	52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	54
B. Karakteristik Responden	56
1. Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	56
2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	57
3. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
C. Hasil Analisis Deskriptif Variabel	59
1. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Fasilitas.....	60

2. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga	64
3. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kualitas.....	68
4. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i>	79
D. Uji Asumsi Klasik	82
1. Hasil Uji Normalitas	82
2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
E. Analisis Statistik Inferensial	86
1. Analisis Regresi	86
2. Koefisien Determinasi R^2	87
3. Pengujian Hipotesis	88
a. Uji t atau Uji Parsial	88
b. Uji F atau Uji Bersama-Sama	90
F. Pembahasan	91

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA.....	100
----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 1.1 Jumlah Peminat Universitas Brawijaya	4
2. Tabel 1.2 Program Studi	4
3. Tabel 1.3 Data Lulusan FIA 2015 & 2016 Per Periode	5
4. Tabel 2.1 Mapping Penelitian Terdahulu	14
5. Tabel 3.1 Variabel, Indikator, Item, dan Sumber.....	35
6. Tabel 3.2 Alternatif Jawaban	39
7. Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel	44
8. Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel	45
9. Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
10. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
11. Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
12. Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	59
13. Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Fasilitas (X_1).....	61
14. Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga (X_2)	65
15. Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Kualitas (X_3).....	69
16. Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i> (Y).....	80
17. Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	83
18. Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	84
19. Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	86
20. Tabel 4.12 Persamaan Regresi	87
21. Tabel 4.13 Koefisien Korelasi dan Determinasi	88
22. Tabel 4.14 Hasil Uji t / Parsial	89
23. Tabel 4.15 Uji F / Serempak	91

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar 2.1 Proses Persepsi	17
2. Gambar 2.2 Model Konseptual	30
3. Gambar 2.3 Model Hipotesis	31
4. Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot.....	83